

ABSTRAK

Semua tempat kuliner mempunyai kekhasan masing-masing untuk menciptakan daya tarik tersendiri kepada konsumennya. Bahkan beberapa *restaurant* menciptakan suasana yang berbeda dari biasanya bukan hanya sekedar tempat makan biasa, tapi pengunjung diberi kesan yang lain agar bisa menikmati santapan dengan nuansa yang berbeda. Suasana atau *store atmosphere* yang berbeda tersebut bisa ditunjukkan dengan tema tempat makan yang ditentukan sehingga orang tertarik untuk mengenal lebih banyak mengenai restoran tersebut, dan pada akhirnya suasana yang diciptakan tersebut menjadi bahan pertimbangan seseorang untuk memutuskan membeli di tempat tersebut. Salah satu *restaurant* di Bandung yang hadir diantara ribuan *restaurant* adalah *Karnivor Restaurant*.

Metode penelitian yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal. Populasi yang dijadikan objek penelitian adalah konsumen dari *Karnivor Restaurant* Bandung dengan populasi yang sudah diketahui yaitu sebanyak 4000. Jumlah sample ditentukan dengan rumus Slovin sehingga diperoleh 364 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *path analysis* (analisis jalur).

Berdasarkan hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan *Store Atmosphere* yang diwakili oleh empat sub variabel *Exterior* (X_1), *Interior* (X_2), *Store Layout* (X_3), dan *Interior Display* (X_4) mempengaruhi Keputusan pembelian sebesar 78,3% dan secara parsial pengaruh *Exterior* (X_1) terhadap Keputusan pembelian adalah 19,50%, pengaruh *Interior* (X_2) terhadap Keputusan pembelian adalah 44,10%, pengaruh *Store Layout* (X_3) terhadap Keputusan pembelian adalah 9,1%, serta pengaruh *Interior Display* (X_4) terhadap Keputusan pembelian adalah 5,6%.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyarankan agar perusahaan dapat mempertahankan *Store Atmosphere* yang sudah dianggap baik berdasarkan tanggapan responden dan memperbaiki hal-hal yang masih kurang dalam pelaksanaan *Store Atmosphere*.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian